

<<数字传播技术与传媒产业发展研>>

图书基本信息

书名：<<数字传播技术与传媒产业发展研究>>

13位ISBN编号：9787514118803

10位ISBN编号：7514118802

出版时间：2012-6

出版时间：经济科学出版社

作者：黄升民

页数：560

字数：700000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<数字传播技术与传媒产业发展研>>

内容概要

《数字传播技术与传媒产业发展研究》主要内容：研究框架和核心内容作为教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“数字传播技术与传媒产业发展研究”的最终成果，本书集中解决了本研究的核心问题，体现了本研究的核心成果。

总体来看，包括以下几部分内容：

1. 数字传媒产业的影响力

本书的第一篇集中论述数字传播技术的影响力，包括数字传播技术概述、数字传媒产业对国民经济的影响、数字传媒产业在国家信息化战略中的地位和作用。

2. 内容产业的重构

本书的第二篇用五章的篇幅集中探讨了数字传播技术对内容产业的重新建构。

3. 网络产业的力量博弈

第三篇的焦点问题是网络产业的力量博弈。

4. 控制终端信息消费市场

第四篇是本书的核心。

<<数字传播技术与传媒产业发展研>>

书籍目录

- 总论 研究缘起、核心问题及重大突破
- 第一篇 数字传媒产业影响力研究
- 第一章 数字传播技术扫描
- 第一节 数字传播技术概念
- 第二节 广播电视平台数字传播技术分析
- 第三节 平面媒体数字传播技术分析
- 第四节 互联网平台数字传播技术分析
- 第五节 移动通信平台数字传播技术分析
- 第二章 数字传媒产业对国民经济的影响
- 第一节 数字传媒产业对宏观经济与区域经济的影响
- 第二节 数字传媒产业在国家信息化战略中的地位和作用
- 第二篇 数字化背景下内容产业的重新建构
- 第三章 数字内容产业宏观研究
- 第一节 内容产品和内容产业的概念
- 第二节 内容产业的结构
- 第三节 内容产业的商业化、组织化、规模化
- 第四节 内容产业成型的核心技术和核心模式
- 第五节 内容产业成型的政策考察
- 第四章 电视行业内容产业发展研究
- 第一节 电视台媒资管理系统建设情况分析
- 第二节 付费频道产业发展研究
- 第三节 高清频道产业发展研究
- 第四节 数字化对电视台内容产业的影响及对策
- 第五章 广播行业内容产业发展研究
- 第一节 广播数字化的基本内涵
- 第二节 中国数字广播及网络广播的发展状况
- 第三节 数字化对广播内容产业的影响及其对策
- 第四节 数字化对于中国广播内容产业的意义及存在问题
- 第六章 电影行业内容产业发展研究
- 第一节 电影数字化的基本内涵
- 第二节 数字化对电影产业的影响分析
- 第三节 数字电影市场现状
- 第四节 数字电影运营模式分析
- 第七章 报刊业内容产业发展研究
- 第一节 中国报刊数字化的背景分析
- 第二节 报刊内容产业的产业链分析
- 第三节 数字化报刊运营模式
- 第四节 报刊数字化的发展趋势
- 第八章 数字出版内容产业发展研究
- 第一节 数字出版的基本内涵
- 第二节 我国数字出版内容产业发展状况和业务模式分析
- 第三节 中国数字出版内容产业存在的问题及其对策研究
- 第三篇 网络产业的力量博弈
- 第九章 我国网络产业的博弈关系分析
- 第一节 传统网络产业分析

<<数字传播技术与传媒产业发展研>>

- 第二节 网络渠道转型
- 第三节 广电和通信两大网络的博弈
- 第十章 中国数字电视产业发展分析
 - 第一节 数字电视的基本内涵
 - 第二节 中国数字电视发展的背景动因
 - 第三节 中国有线数字电视发展状况分析
 - 第四节 中国地面数字电视发展状况分析
 - 第五节 中国卫星数字电视发展状况分析
 - 第六节 中国数字电视用户市场分析
 - 第七节 中国数字电视产业面临的问题及发展趋势
- 第十一章 中国iptv产业发展分析
 - 第一节 iptv产业概述
 - 第二节 中国iptv产业发展动因
 - 第三节 中国iptv产业链分析
 - 第四节 中国iptv发展历程和现状
 - 第五节 中国iptv用户市场分析
 - 第六节 中国iptv产业发展存在的问题
- 第十二章 中国移动多媒体广播产业发展分析
 - 第一节 中国移动多媒体广播的基本内涵
 - 第二节 中国移动多媒体广播发展背景及动因
 - 第三节 中国移动多媒体广播发展的政策推动力
 - 第四节 中国移动多媒体广播技术体系
 - 第五节 中国移动多媒体广播产业布局
 - 第六节 中国移动多媒体广播业务模式
 - 第七节 中国移动人群生活及媒体接触行为分析
- 第十三章 中国手机电视产业发展分析
 - 第一节 通信手机电视的基本内容
 - 第二节 中国手机电视发展的背景和动因
 - 第三节 中国手机电视产业的运营现状
 - 第四节 中国手机电视消费者分析
 - 第五节 中国手机电视产业的发展预期及建议
- 第四篇 数字传播技术的来来——控制终端消费市场
- 第十四章 家庭信息平台
 - 第一节 家庭信息平台的内涵
 - 第二节 家庭信息平台的功能
 - 第三节 家庭信息平台的发展趋势
- 第十五章 个人信息平台
 - 第一节 个人信息平台的内涵
 - 第二节 个人信息平台的结构
 - 第三节 中国个人信息平台三大体系竞争及融合
- 参考文献
- 后记

章节摘录

版权页：插图：（一）从单一的内容存储系统到全台的综合管理系统 媒体资产管理系统引入我国后的两三年间，虽然有些媒体机构相继开发了自的媒体资产管理系统，但大多数媒体和电视台都处于观望状态。

在这一阶段，国内的一些媒体管理者认为媒体资产管理系统无非就是将卡带式的影音资料存储方式改变成数字存储方式，没有认识到媒体资产管理在整个电视台的节目采编制播体系中的强大管理功能。直到2003年下半年，随着中央电视台音像资料馆媒体资产管理系统和辽宁电视台数字节目平台媒体资产管理系统建立，这种后面才开始扭转。

2004年之后，媒体资产管理系统应用案例越来越多，媒体资产管理系统发挥的功能越来越大。一些媒体管理者逐渐接受厂商的建议，将媒体资产管理系统从存储管理层面引入到从采、编、制到播的全台管理中，媒体资产管理的强大功能开始慢慢显现。

（二）从媒体内容管理系统到媒体资产管理系统 前文中我们不断提到“内容”和“资产”。媒体资产管理系统在国内发展之初也经历了一场是“内容管理”还是“资产管理”的讨论。显而易见，电视台媒体资产管理系统的管理对象就是各种媒介内容资源，这些资源可以是一个电视台自己的内容资源，也可以是其他媒体的内容资源。

单从技术角度来看，媒体资产管理系统完全可以实现多个电视台媒介内容的互用和统一管理，因此媒体内容管理系统的名称完全符合系统的主要特征。

然而在实践中，媒体资产管理系统更多是应用在每一个单独的媒体机构，如果不考虑版权等问题，随意上载下传任意一家媒体的内容资源，势必会造成这家媒体的损失，这样，内容资源又被看做媒体的无形资产；相应地，国内越来越多的学者和业内人士强调应改称这一系统为媒体资产管理系统，目的是在体现系统功能的同时，将内容资源提升到一个更高的高度加以重视。

（三）多样的应用领域和灵活的应用方式 从上文对媒体资产管理系统的工作体系的介绍，我们可以发现媒体资产管理系统最大的特点就是方便快捷，管理更为科学化、系统化。实际上，除了这些优势外，它还可以应用到不同的媒体单位，并且根据用户的实际情况灵活地定制。这也就是说，在基本的技术基础上，它能够根据不同用户的不同需求进行适当的调整和更改。

编辑推荐

《数字传播技术与传媒产业发展研究》集中解决了本研究的核心问题，体现了本研究的核心成果。研究框架和核心内容作为教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“数字传播技术与传媒产业发展研究”的最终成果。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>